

**TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA JURUSAN  
KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU SEBAGAI PENGAKSES  
INTERNET PADA SITUS DETIK.COM**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas  
Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*



**OLEH**

**DIKA HARDANI**

**NIM : 10643004225**

**PROGRAM S1  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM  
PEKANBARU-RIAU  
2011**

## ABSTRAKSI

Internet merupakan hasil teknologi komputer dan komunikasi yang kini sedang berkembang dan semakin populer. Mahasiswa sebagai orang-orang yang juga membutuhkan informasi dan hiburan tentu saja termasuk dalam pengguna media ini. Ketika mahasiswa aktif dan selektif memilih situs maka mereka menyesuaikan dengan kepuasan yang bisa didapat. Situs media online yang biasa diakses mahasiswa adalah Detik.com. Hal ini disebabkan karena situs tersebut berisi tentang informasi yang bersifat umum, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui **tingkat kepuasan mahasiswa jurusan komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada Detik.com.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini, bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa Komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada situs Detik.com. Tujuan penelitian, untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa Komunikasi UIN Suska Riau dalam mengakses internet, khususnya pada situs Detik.com. Manfaat penelitian, Memberikan informasi tentang kepuasan yang di dapatkan mahasiswa setelah mengakses internet. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan-masukan pada situs-situs lain tentang kepuasan pengakses internet. Untuk memenuhi tugas-tugas dan melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Metode pengumpulan data diambil dari hasil penyebaran angket berjumlah 64 eksemplar, dokumentasi yaitu pengambilan data yang berhubungan dengan penelitian berupa sejarah, visi misi dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian.

Subjek penelitian adalah Mahasiswa Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU. Objek penelitian adalah Tingkat Kepuasan mahasiswa dalam mengakses internet pada situs Detik.com.

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan persentase yaitu dengan menggunakan angka-angka dan selanjutnya diproses dengan menggunakan tabel-tabel persentase, adapun analisa dengan menggunakan rumus  $P = \frac{F}{N} \times 100\%$ , keterangan P = Populasi, F = Frekuensi, N = Jumlah nilai keseluruhan.

Setelah diteliti dan dianalisa, maka dapat disimpulkan bahwa Tingkat Kepuasan Mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses Internet pada situs Detik.com adalah **Cukup memuaskan**. Dengan hasil penelitian yaitu Kepuasan Informasi dengan nilai 65,4%, Kepuasan Identitas Pribadi dengan nilai 65,5%, Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial dengan nilai 66%, serta Kepuasan Hiburan dengan nilai 65,3%.

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
ABSTRAKSI .....	viii
BAB. I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Alasan Pemilihan Judul .....	5
1.3 Penegasan Istilah .....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional .....	7
1.7 Metode Penelitian .....	24
1.8 Sistematika Penulisan .....	27
 BAB. II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	 28
2.1 Sejarah Berdirinya Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Pekanbaru .....	 28
2.2 Visi, Misi, Tujuan dan Kompetensi jurusan Ilmu komunikasi UIN Suska Pekanbaru.....	 32
2.3 Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi .....	35

BAB. III PENYAJIAN DATA .....	37
3.1 Kepuasan Informasi .....	38
3.2 Kepuasan Identitas Pribadi .....	43
3.3 Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial .....	46
3.4 Kepuasan Hiburan .....	51
 BAB.IV ANALISA DATA.....	55
4.1 Kepuasan Informasi .....	56
4.2 Kepuasan Identitas Pribadi .....	58
4.3 Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial .....	61
4.4 Kepuasan Hiburan .....	63
 BAB.V PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Saran .....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan pesat teknologi informasi menempatkan sistem informasi sebagai elemen penting dalam aktivitas sehari-hari. Salah satu tren dalam teknologi informasi adalah pemanfaatan internet. Internet sebagai jaringan komputer global mempunyai fungsi yang penting yaitu sebagai media informasi telekomunikasi, sebagai media perdagangan elektronik dan lain sebagainya.

Internet adalah jaringan yang menghubungkan banyak komputer dan berdasarkan sistem alamat dan komunikasi protokol yang dikenal dengan nama *TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol)*. Dari mulai dikenalnya internet pada tahun 1983, tumbuh pesat dari mulai dunia akademik hingga menjadi sangat komersial dan menjadi media populer. Pada pertengahan tahun 1990-an Internet telah menghubungkan jutaan komputer di seluruh dunia. Banyak jaringan komputer komersial dan pelayanan data dilakukan melalui koneksi Internet.

Penggunaan Internet yang pertama kali dikenal adalah *electronic mail (e-mail)*, *file transfer (ftp)*, *bulletin boards*, *newsgroups*, dan *telnet*. *World Wide Web (WWW)* yang banyak dikenal sekarang, yang memungkinkan navigasi yang mudah terhadap situs Internet melalui tampilan grafik, meningkat pesat pada tahun 1990-an dan menjadi komponen paling penting dari Internet.

Seiring dengan tumbuhnya Internet, berkembang pulalah media online. Berawal dari media konvensional yang merasa perlu membuat versi onlinenya, tumbuh pula media online yang benar-benar baru dan berdiri sendiri. Media-media online ini memiliki cakupan yang luas, mulai dari bidang politik, ekonomi, hiburan, olahraga, dan lainnya.

Kemajuan teknologi membuat masyarakat haus akan informasi. Masyarakat selalu ingin mendapatkan berita-berita teraktual kapan dan di mana saja. Hal tersebut dapat dijadikan peluang besar bagi bisnis media online. Mario Garcia, desainer top di dunia media, membagi siklus konsumsi media berdasarkan waktu. Dari hasil penelitian tersebut didapat hasil, dari pagi sampai malam hari media online, selalu berada di tiap bagiannya. Jadi tidak cukup menyajikan konten hanya di-print (media cetak), masyarakat harus dilayani dari pagi sampai malam.

Selain itu, dilihat dari siklus kedalaman berita dan media yang digunakan ketika terjadi suatu peristiwa, masyarakat cenderung memilih media online untuk mendapatkan informasi terkini, setelah itu baru surat kabar. Media online memberikan informasi dari awal peristiwa sampai adanya kesimpulan. Saat ini, masyarakat bukan hanya menjadi pembaca, mereka juga ingin terlibat dalam suatu pemberitaan dengan memberikan pendapat mereka dan media online dapat mewujudkan hal tersebut.

Di zaman informasi ini, kebutuhan akan informasi yang cepat adalah kebutuhan yang mendesak. Karena itu, internet memegang peranan penting dalam menyediakan informasi yang cepat. Perkembangan internet termasuk sangat cepat

dibandingkan media lainnya. Pengguna internet adalah kebanyakan kaum terpelajar, khususnya mahasiswa.

Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau sesuai dengan visinya yaitu sebagai lembaga utama untuk memajukan, mengembangkan, dan menerapkan ilmu-ilmu komunikasi melalui pendidikan, pengajaran, pengkajian serta pelayanan kepada masyarakat, harus mampu menjawab tantangan di era informasi dan globalisasi ini. Kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi mendorong mahasiswa jurusan komunikasi untuk dapat menggunakan teknologi dalam mempermudah dan mendukung pendidikannya di perguruan tinggi. Salah satu teknologi itu adalah teknologi internet yang cepat, mudah, lengkap dan murah untuk mengakses semua informasi di dunia.

Dalam kegiatan belajar di universitas, seorang mahasiswa jurusan komunikasi harus membiasakan diri dengan cara baru dalam mengikuti pendidikan. Mahasiswa harus mencari sendiri bagaimana caranya untuk menyerap apa yang dikuliahkan oleh para dosen. Membaca berbagai literatur yang berkaitan dengan topik yang disampaikan oleh dosen akan memberikan pemahaman yang komprehensif dan memperluas wawasan mahasiswa itu sendiri.

Ketika mahasiswa aktif dan selektif memilih situs, maka mereka menyesuaikan dengan kepuasan yang bisa diperoleh setelah mengakses situs tersebut. Kepuasan tersebut berupa kepuasan akan informasi yang di dapat, kepuasan atas identitas pribadi sebagai mahasiswa, integritas sosial dengan lingkungan serta kepuasan hiburan atas situs tersebut.

Situs media online yang biasa diakses mahasiswa pada umumnya adalah Detik.com. Detik.com merupakan situs berita yang didirikan pada 30 Mei 1998 oleh ex-wartawan DeTik dan Tempo, yang menyajikan informasi politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Detik.com pada saat itu mencoba menyajikan berita bukan berdasarkan harian, mingguan, atau bulanan melainkan breaking news. Dengan bertumpu pada *vivid description* semacam ini, detikcom melesat sebagai situs informasi digital paling populer di kalangan users internet

Situs Detik.com merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru, selain bisa diakses melalui komputer dengan jaringan internet, sekarang juga bisa dinikmati lewat fasilitas WAP yang diakses melalui HP yang mempunyai fasilitas GPRS. Jadi kapan dan dimanapun kita, berita-berita terbaru akan selalu didapatkan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk membuat sebuah judul penelitian yaitu **“TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA JURUSAN KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU SEBAGAI PENGAKSES INTERNET PADA SITUS DETIK.COM”**.



## **1.2 Alasan Pemilihan Judul**

Berdasarkan latar belakang di atas, alasan penulis memilih judul penelitian ini adalah :

1. Ingin mengetahui bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa jurusan Komunikasi UIN Suska Riau dalam mengakses internet khususnya pada situs Detik.com.
2. Masalah berkaitan dengan kajian ilmu komunikasi yang penulis dalami tentang sebuah media.
3. Dari segi waktu, lokasi penelitian, dana dan tenaga, penulis mampu melaksanakan penelitian ini.

## **1.3 Penegasan Istilah**

### **1. Kepuasan**

Situasi atau perasaan puas (enak) pada individu ketika tujuannya tercapai. Menurut Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil dan harapan-harapannya. Dan yang dimaksud kepuasan disini adalah perasaan puas atau senang mahasiswa dalam mengakses internet pada situs Detik.com (Effendy,1993:294).

## 2. Mahasiswa

Remaja yang mempunyai kemampuan dan kesempatan untuk belajar di Perguruan Tinggi, sehingga dapat digolongkan kaum intelegensia.

## 3. Internet

Jaringan komputer dunia yang mengembangkan APRANET, suatu sistem komunikasi yang terkait dengan pertahanan-keamanan yang dikembangkan pada tahun 1960-an (Severin & Tankard, 2007:443).

## 4. Situs Detik.com

Sebuah portal web yang berisi berita aktual dan artikel daring di Indonesia (Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas).

## 5. UIN SUSKA RIAU

Lembaga Pendidikan Tinggi Negeri yang berada di lingkungan kota Pekanbaru.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa jurusan Komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada situs Detik.com?

## **1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa jurusan Komunikasi UIN Suska Riau dalam mengakses internet, khususnya pada situs Detik.com.

### **1.5.2 Manfaat penelitian**

1. Memberikan informasi tentang kepuasan yang di dapatkan mahasiswa setelah mengakses internet.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan-masukan pada situs-situs lain tentang kepuasan pengakses internet.
3. Untuk memenuhi tugas-tugas dan melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

## **1.6 Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional**

### **1.6.1 Kerangka Teoritis**

Pembahasan kerangka teoritis ini bertujuan untuk memaparkan atau menjelaskan konsep dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

## **A. Tingkat Kepuasan**

### **1. Pengertian**

Kepuasan (Satisfaction) berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Sebuah kepuasan juga bisa didefinisikan sebagai persepsi terhadap sesuatu yang telah memenuhi harapannya. Oleh karena itu, seseorang tidak akan puas apabila mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Seseorang akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih besar dari yang diharapkan (Irawan, 2003, "Kepuasan Kerja". [www.johnherf.wordpress.com](http://www.johnherf.wordpress.com)).

Kepuasan adalah situasi atau perasaan puas (enak) pada individu ketika tujuannya tercapai. Kotler (2002) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Sedangkan menurut Chaplin (2005) kepuasan adalah satu keadaan kesenangan dan kesejahteraan yang disebabkan karena seseorang setelah mencapai suatu tujuan atau sasaran (Effendy,1993:294).

Dalam konteks perilaku konsumen, kepuasan ditujukan pada individu atau kelompok terhadap apa yang dikonsumsi yaitu produk barang atau jasa. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini lebih atau kurang (Irawan, 2003,"Kepuasan Kerja". [www.johnherf.wordpress.com](http://www.johnherf.wordpress.com))..

Dari penjabaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah sebagai perspektif pengalaman seseorang setelah mengkonsumsi atau menggunakan atau menikmati suatu produk atau jasa. Jadi kepuasan atau *gratifications* dalam menggunakan media adalah situasi atau perasaan puas (enak) pada individu ketika tujuannya dalam menggunakan media tersebut tercapai. Dan yang dimaksud kepuasan disini adalah perasaan puas atau senang mahasiswa dalam mengakses internet pada situs Detik.com.

## 2. Macam – Macam Kepuasan

Menurut Umar (2000), kepuasan dibagi menjadi dua macam, yaitu

1. Kepuasan Fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi sesuatu yang dimanfaatkan, seperti :
  - a. Produk dan pelayanannya.
  - b. Kegiatan penjualan terdiri atas variabel-variabel pesan (sebagai hasil serangkaian sikap tertentu mengenai perusahaan, produk dan tingkat kepuasan yang diharapkan oleh konsumen), sikap (sebagai penilaian konsumen atas pelayanan perusahaan), dan perantara (sebagai penilaian konsumen atas perantara perusahaan seperti diler dan grosir).
  - c. Pelayanan setelah penjualan terdiri atas variabel-variabel pelayanan pendukung tertentu seperti garansi serta yang berkaitan dengan umpan balik seperti penanganan keluhan dan pengembalian uang.

- d. Nilai perusahaan yang terdiri atas nilai resmi yang dinyatakan oleh perusahaan sendiri dan nilai tidak resmi yang tersirat dalam segala tindakannya sehari-hari.
2. Kepuasan Psikologikal merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari sesuatu seperti suasana lingkungan toko yang hendaknya terasa nyaman dan menyenangkan bagi para pengunjung sehingga merangsang para konsumen untuk menghabiskan waktu dan berbelanja dalam toko ("Kepuasan Kerja". [www.johnherf.wordpress.com](http://www.johnherf.wordpress.com)).

### 3. Teori Kepuasan

Teori dan model kepuasan konsumen sangat beragam, karena topik ini masih dikembangkan sehingga belum dicapai suatu kesepakatan tentang konsep atau model yang paling efektif. Namun ada beberapa model yang paling banyak dijumpai dan digunakan yaitu :

#### 1. Model kognitif

Pada model ini, penilaian konsumen didasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dan atribut yang sebenarnya. Berdasarkan model ini, kepuasan konsumen dapat dicapai melalui dua cara yakni mengubah penawaran perusahaan sehingga sesuai dengan yang ideal dan meyakinkan konsumen bahwa yang ideal tidak sesuai dengan kenyataan. Model ini juga memunculkan tiga teori (Tse dalam Tjiptono, 2002), yaitu :

a. The expectancy of disconfirmation

Model kepuasan konsumen ditentukan oleh adanya dua variabel kognitif yaitu harapan sebelum membeli (pre-purchase expectation) mengenai kinerja yang diantisipasi suatu produk atau jasa dan perbedaan harapan sebelum membeli dan persepsi setelah membeli (post purchase perception).

b. Equity theory

Konsumen akan merasa puas terhadap produk atau jasa yang dibeli jika hasil yang diperolehnya dengan pengeluaran yang digunakan dipandang sebagai sesuatu yang adil atau sama.

c. Atribut theory

Dalam atribut theory, terdapat tiga faktor penyebab yang menentukan keberhasilan atau kegagalan hasil yang berkaitan dengan puas atau tidaknya konsumen terhadap pembelian produk, yaitu Stability (bersifat tetap atau adanya keanekaragaman yang bersifat sementara), locus causality (berhubungan dengan konsumen), dan controllability (berasal dari kemauan konsumen sendiri atau disebabkan oleh faktor luar yang tidak dikendalikan).

2. Model afektif

Pada model afektif menyatakan bahwa penilaian konsumen individual terhadap suatu produk atau jasa tidak semata-mata berdasarkan perhitungan rasional, tapi juga berdasarkan kebutuhan subjektif, aspirasi, dan pengalaman.

Fokus model ini lebih dititikberatkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar (learning behavior), emosi, apresiasi, dan suasana hati (mood).

Menurut Mowen (1998), istilah afeksi dalam kepuasan konsumen mengacu pada tingkat kepuasan yang dipengaruhi oleh perasaan positif dan negatif konsumen yang dihubungkan dengan produk atau jasa. Afeksi dapat didefinisikan sebagai fenomena kelas mental yang secara unik dikarakteristikan oleh pengalaman yang disadari, yaitu keadaan perasaan subjektif yang biasanya muncul bersama-sama dengan emosi dan suasana hati.

- a. Emosi, yaitu suatu perasaan kuat yang timbul akibat atau sebab dari penilaian terhadap rangsangan. Izard (dalam Mowen 1998) mengidentifikasikan emosi fundamental yang dialami oleh orang dalam hidupnya seperti tertarik, gembira, heran, marah, tertekan, muak, terhina, takut, malu, bersalah. Pengalaman ini oleh Izard telah digunakan secara ekstensif dengan para peneliti konsumen.
- b. Suasana hati (mood), yaitu keadaan perasaan sementara yang terjadi pada situasi dan waktu tertentu (Gardner dalam Mowen, 1998). Sedangkan menurut Chaplin (2005), mood adalah suatu emosi yang lemah, lembut, dan biasanya tidak berlangsung lama sifatnya ("Kepuasan Kerja". [www.johnherf.wordpress.com](http://www.johnherf.wordpress.com)).



Dari penjabaran di atas dapat diketahui bahwa macam-macam, teori, dan model kepuasan sangat beragam, namun penulis menggunakan kepuasan berdasarkan perspektif psikologi khususnya pada model afektif yakni berdasarkan faktor emosi dan suasana hati sebagai landasan teori penelitian ini. ("Kepuasan Kerja". [www.johnherf.wordpress.com](http://www.johnherf.wordpress.com)).

#### 4. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Menurut Garvin (dalam Kadir, 2001) faktor yang sering digunakan untuk mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk antara lain, meliputi:

- 1) Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yakni karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kegagalan atau kerusakan dalam penggunaannya.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauhmana karakteristik desain operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) Daya tahan (*durability*) yang berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- 6) *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, dan kemudahan penggunaan, serta penanganan keluhan yang memuaskan.

- 7) Estetika, yakni daya tarik produk oleh panca indera.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan, yakni citra dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya.

Menurut McQuaill, Blumler dan Brown (1972), berdasarkan penelitian mereka di Inggris, mengusulkan kategori-kategori kepuasan khalayak sebagai berikut :

1. Pengawasan (*surveillance*) yakni kepuasan mengenai hal-hal yang mungkin mempengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang melakukan atau menuntaskan sesuatu.
2. Identitas pribadi (*psikologi individu*) yakni penguatan nilai atau penambah keyakinan, pemahaman diri, eksplorasi realitas dan sebagainya.
3. Hubungan personal yakni manfaat sosial informasi dalam percakapan, pengganti media untuk kepentingan perkawanan.
4. Hiburan (*pengalihan*) yakni pelarian dari rutinitas dan masalah, pelepasan emosi (Severin & Tankard, 2007:356).

## **B. Media Internet**

### **1. Pengertian**

Internet berasal dari bahasa Inggris yaitu singkatan dari International Networking. Internet adalah kumpulan atau jaringan dari jaringan komputer yang ada di seluruh dunia. Dalam hal ini komputer yang dahulunya *stand*

*alone* dapat berhubungan langsung dengan host-host atau komputer-komputer lainnya.

Internet merupakan jaringan global yang menghubungkan beribu bahkan berjuta jaringan (local/wide ared network) dan komputer pribadi (stand alone), yang memungkinkan setiap komputer yang terhubung kepadanya bisa melakukan komunikasi satu sama lain. Jaringan ini bukan merupakan suatu organisasi atau institusi, karena tak satu pihak pun yang mengatur dan memilikinya.

Internet (*Inter-Network*) merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Layanan internet meliputi komunikasi langsung (*email, chat*), diskusi (*Usenet News, email, milis*), sumber daya terdistribusi (*Word Wide Web, Gropher*), remot login dan lalu lintas file (*Telnet, FTP*), dan aneka lainnya.

Jaringan yang membentuk internet bekerja berdasarkan suatu set protokol standar yang digunakan untuk menghubungkan jaringan komputer dan mengamati lalu lintas dalam jaringan. Protokol ini mengatur format data yang diizinkan. Penanganan kesalahan (*error handling*), lalu lintas pesan standar komunikasi lainnya. Protokol standar pada internet sebagai TCP/IP (Transmission Control Ptotocol/Internet Protocol). Protokol ini memiliki

kemampuan untuk bekerja diatas segala jenis komputer tanpa terpengaruh oleh perbedaan perangkat keras maupun sistem operasional yang digunakan.

Sebuah sistem komputer yang terhubung secara langsung ke jaringan memiliki nama domain dan alamat IP (Internet Protokol) dalam bentuk numerik dengan format tertentu sebagai pengenal. Internet juga memiliki gateway jaringan dan layanan yang berbasis protokol lainnya (Aisah, 2006;6-8).

## 2. Manfaat Media Internet

Secara umum, manfaat yang bisa diperoleh dengan akses ke internet sebagaimana yang dikemukakan oleh Koswara (1990), antara lain :

- 1) Mendapatkan informasi untuk kehidupan pribadi, seperti informasi kesehatan, rekreasi, hobi, pengembangan pribadi, rohani dan sosial.
- 2) Mendapatkan informasi untuk kehidupan profesional, seperti sains dan teknologi, perdagangan, saham, komoditas, berita bisnis, asosiasi profesi, asosiasi bisnis dan berbagai forum komunikasi.
- 3) Sebagai sarana untuk kerjasama antar pribadi atau kelompok tanpa mengenal jarak dan waktu, batas negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor lain yang biasanya dapat menghambat pertukaran pikiran.
- 4) Sebagai media komunikasi termasuk untuk mengikuti perkembangan teknologi, menjembatani lembaga pemerintahan, universitas, sekolah, laboratorium dan penelitian.

- 5) Sebagai sarana bisnis, termasuk iklan dan publikasi secara online, bisnis baru (koneksi ke internet dan Web page), alternatif cetak jarak jauh, jenis layanan baru untuk pelanggan, jasa surat elektronik dan bulletin board.
- 6) Sebagai penunjang sistem pendidikan jarak jauh.
- 7) Dapat menekan biaya administrasi pengiriman pesan, fax, gambar dan biaya cetak.
- 8) Dapat memperluas wawasan masyarakat.
- 9) Globalisasi informasi.
- 10) Merupakan sarana diskusi global bagi para profesional, penelitian, pelajar dan mahasiswa juga masyarakat umum.
- 11) Sumber data tersedia (Aisah, 2006;10-11).

### 3. Perkembangan Media Online di Indonesia

Perkembangan media tidak lepas dari perkembangan teknologi komunikasi. Kalau dulu orang hanya mengenal media cetak dan elektronik (televisi dan radio), kini seiring perkembangan teknologi komunikasi berbasis cyber, maka media pun mengikutinya dengan menjadikan internet sebagai media massa. Media online menjadi berbeda dengan media tradisional yang sudah dikenal sebelumnya (cetak, radio, TV) bukan semata-mata karena dia mengambil venue yang berbeda, melainkan karena media ini dilangsungkan di atas sebuah media baru yang mempunyai karakteristik yang berbeda, baik

dalam format, isi, maupun mekanisme dan proses hubungan penerbit dengan pengguna/pembacanya.

Kelebihan media online yaitu:

- a) Mampu menyajikan berita dan informasi dalam waktu yang sangat cepat.
- b) Aktual, real time. Berita bisa langsung dipublikasikan pada saat kejadian sedang berlangsung. Karakter ini juga dimiliki media TV dan radio, namun kelebihan media online adalah mekanisme publikasi real time itu lebih leluasa, tanpa dibatasi periodisasi dan jadwal terbit atau jadwal siaran (program). Kapan dan di mana saja, maka wartawan media online mampu mempublikasikan berita.
- c) Leluasa dengan jadwal. Bisa diterbitkan dari mana saja dan kapan saja.
- d) Berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah. Media online bisa menerbitkan dan mengarsip artikel-artikel untuk dapat dilihat kapan saja.
- e) Multimedia. Media online dapat menyajikan informasi lebih kaya ketimbang jurnanisme tradisional, yaitu bisa menggabungkan tulisan (script), gambar (grafis), dan suara (audio), bahkan audio-visual (film, video) dalam satu kesatuan.
- f) Memberi pilihan pada publik untuk memberi tanggapan, berinteraksi, atau bahkan meng-customize (menyesuaikan dengan kebutuhan dan

keinginan publik bersangkutan) terhadap berita-berita tertentu (interactivity).

- g) Kaya informasi. Media online bisa menyiarkan informasi dalam jumlah banyak dalam waktu bersamaan dan sangat pendek. Pengelola media online sangat mungkin meng-upload atau posting informasi terbaru kapan saja dan sebanyak-banyaknya tanpa batasan halaman atau durasi (Yayan,2001).

Era reformasi telah mengubah banyak hal. Demikian pula dengan kebebasan media. Dihapuskannya SIUPP membuat penerbitan tumbuh bagaikan cendawan di musim hujan. Internet juga bukan satu-satunya alternatif untuk mendapatkan berita yang “berani”, karena media lain sudah tidak takut-takut lagi memberitakan hal-hal yang selama ini dianggap tabu. Pada masa ini muncullah situs Detik.Com, lahir pada 9 Juli 1998, situs ini memposisikan diri sebagai situs berita sekaligus sebagai portal internet. Dengan update berita yang cepat dan didukung oleh wartawan yang mobile, boleh dibilang situs ini menjanjikan netter tidak akan ketinggalan informasi barang sedetikpun.

Detik.com merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru. Situs detik.com sebenarnya sudah siap diakses pada 30 Mei 1998, namun mulai online dengan sajian lengkap pada 9 Juli 1998. Tanggal 9 Juli itu akhirnya ditetapkan sebagai hari lahir Detik.com yang didirikan Budiono

Darsono (eks wartawan DeTik), Yayan Sopyan (eks wartawan DeTik), Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo), dan Didi Nugraha.

Semula peliputan utama detik.com terfokus pada berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Baru setelah situasi politik mulai reda dan ekonomi mulai membaik, detik.com memutuskan untuk juga melampirkan berita hiburan, dan olahraga. Total pengunjung detik mencapai lebih dari 3 juta per harinya (Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas).

### **C. Hubungan antara Kepuasan Khalayak dengan Media**

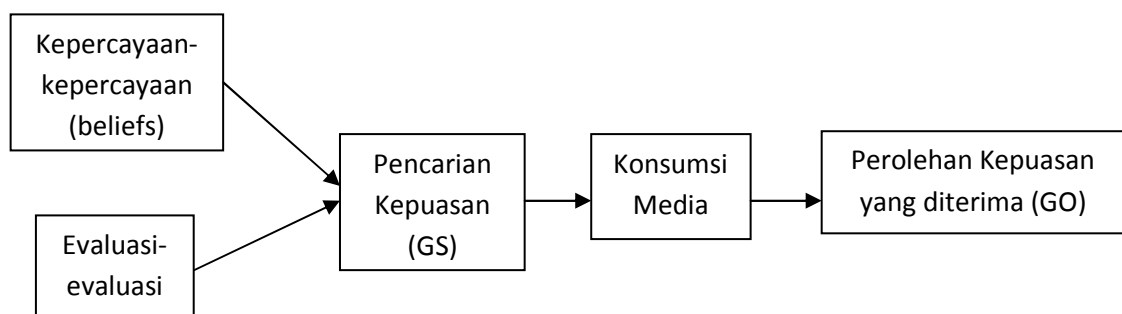
Penerapan pendekatan kepuasan menganggap bahwa individu sebagai makhluk sangat relatif, hal ini dapat dibuktikan dengan banyak orang menggunakan berbagai macam media tetapi baik media elektronik atau media cetak, secara psikologis dapat disimpulkan bahwa setiap individu memperoleh kepuasan dari media yang digunakan, betapapun kecilnya pemuasan yang dilakukan oleh media.

Pendekatan *uses and gratification* merupakan salah satu landasan teoritis yang tepat untuk meneliti tentang kepuasan para pengguna media. Dikarenakan asumsi dari teori ini adalah pengguna secara aktif memilih media yang dipakai dan yang kedua adalah media yang digunakannya dapat memberikan servis/gratifikasi terhadap tujuan yang akan dicapai (Rakhmat, 2005).



Salah satu macam riset uses & gratifications yang saat ini berkembang adalah yang dibuat *Philip Palmgreen* dari Kentucky University. Kebanyakan riset uses & gratifications memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Palmgreen kendati juga menggunakan dasar yang sama yaitu orang yang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu, namun konsep yang diteliti oleh Palmgreen ini lebih tidak berhenti disitu, dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas setelah menggunakan media.

Penggunaan konsep-konsep baru ini memunculkan teori yang merupakan varian dari teori uses & gratifications, yaitu teori Nilai Pengharapan (*Expentacy Values*). Teori ini mengemukakan bahwa sikap seseorang terhadap segmen-segmen media ditentukan oleh nilai yang mereka anut dan evaluasi mereka tentang media tersebut.



Menurut teori nilai pengharapan, orang mengarahkan diri pada dunia (misalnya media) berdasarkan kepercayaan dan evaluasi-evaluasi mereka tentang dunia tersebut. Gratifications sought adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. Sedangkan gratifications obtained adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu (Palmgreen,1985:27).

### **1.6.2 Konsep Operasional**

Dalam penelitian ini, kategori tingkat kepuasan yang diperoleh mahasiswa setelah mengakses internet pada situs Detik.com, yang dijadikan acuan adalah kategori kepuasan media menurut McQuail dan kawan-kawan yakni sebagai berikut :

1. ***Kepuasan Informasi***, pengguna dikatakan mendapatkan informasi apabila mereka :
  - 1) Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat.
  - 2) Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia.
  - 3) Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah.
  - 4) Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat.
  - 5) Dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. ***Kepuasan Identitas Pribadi***, pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan identitas pribadi apabila mereka :

- 1) Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa itu sendiri.
- 2) Dapat mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain dalam media.
- 3) Memperoleh nilai lebih sebagai mahasiswa.

3. ***Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial***, pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan integritas dan interaksi sosial apabila mereka :

- 1) Memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial.
- 2) Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya.
- 3) Dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa.
- 4) Keinginan untuk dekat dengan orang lain.
- 5) Keinginan untuk dihargai oleh orang lain.

4. ***Kepuasan Hiburan***, pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan hiburan apabila mereka :

- 1) Dapat melepaskan diri dari permasalahan.
- 2) Bisa bersantai dan mengisi waktu luang.
- 3) Bisa menyalurkan emosi.
- 4) Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan.

## **1.7 Metode Penelitian**

Pendekatan atau metodologi yang digunakan adalah kualitatif dan persentase yaitu dengan menggunakan angka-angka dan selanjutnya diproses dengan menggunakan tabel-tabel persentase.

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian difokuskan di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU Jl.HR. Soebrantas Km.15 No.155 Tampan – Pekanbaru.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

- 1) Yang menjadi subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU.
- 2) Yang menjadi objek penelitian ini adalah Tingkat Kepuasan mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau dalam mengakses internet pada situs Detik.com.

### **3. Populasi dan Sampel**

- 1) Populasi adalah seluruh mahasiswa jurusan komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU tahun ajaran 2009/2010 yang berjumlah 648 orang.

2) Sampel adalah sebahagian atau yang mewakili populasi yang diteliti (Arikunto, 2002:131). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 10% dari 648 yaitu 64 orang. Dengan menggunakan teknik *kuota purposive sampling* yaitu sampel yang diambil dengan cara ditetapkan besarnya sampel dengan memperhatikan persentasenya dan mengambil subjeknya ditunjuk langsung oleh peneliti (Arikunto, 2002:119).

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik penyebaran angket berstruktur dengan menggunakan kuesioner untuk memperoleh data primer mengenai kepuasan mahasiswa komunikasi sebagai pengakses internet pada situs Detik.com. Jumlah angket yang disebarkan sesuai dengan jumlah sampel yang telah peneliti tetapkan yakni berjumlah 64 eksemplar.
- 2) Dokumentasi, yakni mengambil data pada dokumen-dokumen yang berkenaan dengan jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

#### 5. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode metode kualitatif dan persentase yaitu dengan menggunakan angka-angka dan selanjutnya diproses dengan menggunakan tabel-tabel persentase.

- 1) Sangat memuaskan : 76% - 100%
- 2) Cukup memuaskan : 56% - 75%
- 3) Kurang memuaskan : 50% - 55%
- 4) Tidak memuaskan : Kurang dari 40%. (Arikunto, 2002: 224)

Dengan menggunakan rumus :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Ket : P = Populasi

F = Frekuensi

N = Jumlah nilai keseluruhan (Sudjana, 1994:40).

## 1.8 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran umum yang jelas tentang penulisan penelitian ini, maka sistematika penulisan sebagai berikut :

**Bab Pertama** Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan istilah sehingga dapat memperjelas judul, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritis dan konsep operasional sebagai tolak ukur atau barometer dalam penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan sebagai gambaran umum dari penelitian.

**Bab Dua** Gambaran Umum Lokasi Penelitian.

**Bab Tiga** Penyajian Data, pada bab ini dijelaskan tentang pengolahan data yang didapat dari penyebaran angket yang telah diberikan kepada mahasiswa jurusan komunikasi UIN Suska Riau.

**Bab Empat** Analisa Data, pada bab ini menjelaskan tentang analisa data yang diperoleh dari penyajian data, adapun analisa data ini untuk mempermudah untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.

**Bab Lima** Penutup, pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang didapat dari hasil analisa data dan saran-saran oleh penulis.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

#### **2.1 Sejarah Berdirinya Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Pekanbaru**

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) Riau merupakan pengembangan atau peningkatan status institusi dari Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru. Institut ini didirikan berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia N0.94 Tahun 1970 pada tanggal 19 September 1970. Yang terletak di dua tempat, yang pertama kampus Tuanku Tambusai di Jalan K.H Ahmad Dahlan 94 Sukajadi Pekanbaru dan tempat yang kedua adalah kampus Raja Ali Haji di Jalan H.R Soebrantas Km 15 Simpang Baru,, Tampan, Pekanbaru.

Pada awal berdirinya IAIN Susqa hanya memiliki tiga fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah dan Fakultas Ushuluddin. Masa selanjutnya IAIN Susqa terus berkembang dan bertambahnya jumlah fakultas dan berbagai sarana lainnya. Pada tahun 1997 dibuka Program Pasca Sarjana dan pada tahun 1998 didirikan Fakultas Dakwah. Fakultas Dakwah UIN Suska Pekanbaru meskipun secara yuridis formal baru lahir pada tahun akademi 1998/1999, tetapi secara historis Fakultas ini telah hampir seperempat abad, karena embrionya bermula dari Jurusan Ilmu Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin UIN Suska Pekanbaru (Dok, 5 Juli 2010).



Peningkatan status Jurusan Ilmu Dakwah menjadi sebuah Fakultas tersendiri sesungguhnya telah direncanakan sejak lama. Dan usaha-usaha yang lebih intensif ke arah itu telah dimulai sejak tahun akademik 1994/1995. Setahun kemudian, yakni 1995/1996, Jurusan Ilmu Dakwah dimekarkan menjadi dua jurusan, yaitu jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI). Kedua jurusan tersebut sampai dengan tahun akademi 1997/1998 telah berusia lebih kurang tiga tahun dan telah memiliki mahasiswa sebanyak 211 orang.

Pada tahun akademi 1996/1997 telah pula dilakukan penjajagan dan konsultasi kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung dalam rangka mempersiapkan dan memperluas jurusan pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan, yang kemudian menghasilkan kesepakatan kerjasama antara IAIN Susqa Pekanbaru dengan Unpad Bandung yang direalisir dalam bentuk penandatanganan naskah kesepakatan berupa MOU (*Memorandum Of Understanding*). Pada bulan Januari 1998 dengan nomor : IN 13/R/HM.01/164/1998 dan 684/706/TU/1998 yang pelaksanaan teknisnya dipercayakan pada Fakultas Ushuluddin (Pengasuh Ilmu Dakwah) dan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung sebagai tindak lanjut dari MOU tersebut adalah disepakatinya pembukaan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Diploma Tiga (D3) Pers & Grafika, untuk melengkapi dua jurusan yang sudah ada (PMI dan BPI) pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan.

Untuk mewujudkan pendirian Fakultas Dakwah pada UIN Suska Pekanbaru telah dilakukan berbagai upaya perintisan, diantaranya adalah mengupayakan untuk mendapatkan pengukuhan secara yuridis formal dari berbagai pihak terkait seperti dari Departemen Agama sendiri, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI dan dari hasilnya adalah dikeluarkannya surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia tentang pendirian Fakultas Dakwah nomor 104 tahun 1998 tanggal 28 Februari 1998.

Dalam pada itu telah dilakukan seminar lokakarya (semiloka) tentang penyusunan kurikulum jurusan Ilmu Komunikasi dan Program studi Pers & Grafika. Semiloka tersebut dihadiri oleh dua tokoh dan pakar komunikasi Unpad Bandung yaitu : Dr.H. Dedi Mulyana, MA dan Drs. Elvinaro Enderianto, M.Si menggantikan Drs. Soleh Soemirat Dekan Fikom Unpad Bandung yang berhalangan datang. Semiloka tersebut berhasil merumuskan kurikulum terpadu antara disiplin Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu keislaman yang merupakan ciri khas program studi Ilmu Komunikasi pada IAIN Susqa.

Berbekalan Surat Keputusan Menteri Agama RI nomor 104 tahun 1998 tersebut, maka secara de jure fakultas Dakwah telah terlahir dan terpisah dari Fakultas Ushuluddin, tetapi secara de facto kelahiran itu baru terealisasi pada bulan September 1998, dalam acara Stadium General pembukaan kuliah tahun akademi 1998/1999. Dalam kesempatan itu yang bertindak sebagai pembicara adalah Drs. Soleh Soemirat, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung (Dok, 5 Juli 2010).

Pada awal pendirian jurusan Ilmu Komunikasi tahun akademis 1998/1999 hanya menerima 40 orang mahasiswa yang terdiri dari satu lokal, namun seiring perkembangan Jurusan Ilmu Komunikasi mempunyai masa studi 8 (delapan) semester dengan jumlah total sekitar 160 SKS (Sistem Kredit Semester). Kurikulum yang dipakai adalah standar kurikulum inti berdasarkan kurikulum fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung, kemudian digabung dengan kurikulum institusional yang bernuansa islami.

Sementara itu Jurusan Ilmu Komunikasi belum mempunyai dosen tetap dengan latar belakang Ilmu komunikasi. Oleh sebab itu pimpinan melakukan usaha-usaha antara lain dengan memberikan izin belajar kepada dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi untuk meneruskan pendidikan pada Program Magister Komunikasi di Universitas Padjajaran. Untuk memenuhi tuntutan pengajar di jurusan Ilmu Komunikasi maka ditempuh dengan melakukan kerja sama dengan instansi Pemerintah, Perguruan Tinggi yang ada di Pekanbaru antara lain, Riau Pos dan RRI Stasiun Pekanbaru. Selain itu jurusan ini mendapat bantuan dosen dari Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD Bandung dengan sistem dosen terbang (Dok, 5 Juli 2010).

Adapun dari segi kepemimpinan pada jurusan ilmu komunikasi sejak tahun 1998/1999 sampai kini telah mengalami 4 kali pergantian kepemimpinan. Pertama kali dipimpin oleh Hidayat, MA (1998-2001), Suhaimi D, M.Si (2001-2003) kemudian DR. Nurdin A Halim, MA (2003-2005), Drs. Abdul Rachman (2005-2009) dan terakhir DR. Nurdin A Halim, MA (2009-sekarang).

**TABEL 2.1**

**JUMLAH MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS  
DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI SEMESTER GANJIL  
TAHUN AJARAN 2009/2010**

Semester	Jumlah	Lokal				
		A	B	C	D	E
I	191	42	42	40	40	27
III	122	33	29	28	32	
V	133	27	27	25	24	30
VII	118	42	39	37		
IX	57					
XI	16					
XIII	11					
Total	648 orang					

*Sumber : (Dok, 9 Juli 2010).*

**2.2 Visi, Misi, Tujuan dan Kompetensi jurusan Ilmu komunikasi UIN Suska  
Pekanbaru**

Adapun Visi, Misi, dan Tujuan Jurusan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA  
Pekanbaru adalah :

**2.1 Visi**

Sebagai lembaga utama untuk memajukan, mengembangkan, dan  
menerapkan ilmu-ilmu komunikasi melalui pendidikan, pengajaran,  
pengkajian serta pelayanan kepada masyarakat.

## **2.2 Misi**

- 2.2.1 Mewujudkan sumber daya manusia yang bermutu yang mampu mengembangkan, memajukan dan menerapkan Ilmu Komunikasi secara akademik dan profesional dalam rangka penyiaran islam.
- 2.2.2 Mewujudkan sumber daya manusia yang bermoral Islam serta profesional dalam bidang komunikasi untuk kepentingan dakwah islamiyah.

## **2.3 Tujuan**

- 2.3.1 Mempersiapkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan akademik maupun praktis profesional di bidang Jurnalistik, Public Relation, dan Broadcasting.
- 2.3.2 Mempersiapkan sumber daya manusia di bidang Jurnalistik, Public Relation dan Broadcasting yang mampu berkarya dengan memberikan kontribusi pada pengembangan keilmuan serta dengan memberi sumbangan terhadap pemecahan berbagai masalah sosial yang terkait dengan bidang Ilmu Komunikasi.
- 2.3.3 Mempersiapkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan intelektual serta memiliki integritas moral islam dalam mendukung misi dakwah islamiyah.

## **2.4 Kompetensi Hasil Belajar Konsentrasi di Jurusan Ilmu Komunikasi**

### **2.4.1 Konsentrasi Jurnalistik :**

1. Mampu dan menguasai bidang kewartawanan, teknik peliputan, editing, lay out dan perwajahan surat kabar.
2. Mampu melakukan aktivitas profesi dan menerapkan kode etik kewartawanan, dan segala aturan yang terkait dengan etika kewartawanan.
3. Mampu mengelola dan memenej penerbitan surat kabar dan majalah.

### **2.4.2 Konsentrasi Broadcasting :**

1. Mampu dan menguasai bidang broadcasting, penyiaran, shooting, editing, dubbing dan lainnya.
2. Mampu mengelola dan memenej produksi siaran radio.
3. Mampu mengelola dan memenej produksi siaran televisi.
4. Mampu dan cakap serta berkelayakan menciptakan karya-karya hiburan yang diperlukan sebagai hiburan, seperti film dan komedi dan lainnya.

### **2.4.3 Konsentrasi Humas :**

1. Mampu dan menguasai bidang kehumasan, MC, keprotokoleran, perancangan dan design agenda dan lainnya.

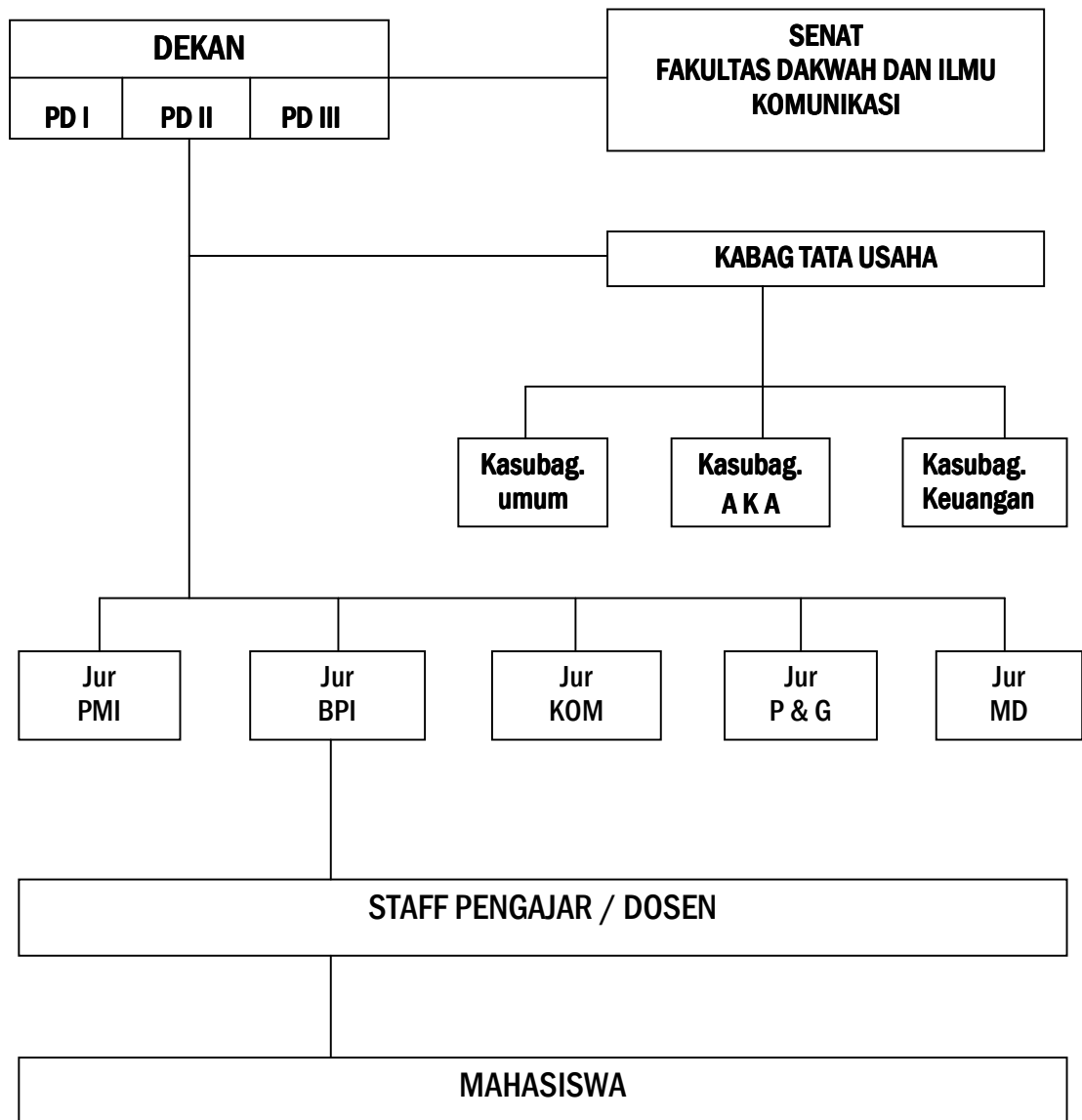
2. Mampu dan cakap merancang suatu event, seminar, lokakarya, expo, exhibition dan lainnya.
3. Mampu mengelola dan memenej program kehumasan (Dok, 10 Juli 2010).

### **2.3 Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sebagai lembaga pendidikan tinggi mempunyai struktur organisasi yang terdiri dari atas :

- a. Senat Fakultas
- b. Dekan dan Pembantu Dekan
- c. Jurusan
- d. Tata Usaha
- e. Dosen / Staf pengajar
- f. Mahasiswa (Dok, 12 Juli 2010).

Bagan Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



*Sumber : Dok, 12 Juli 2010.*



### **BAB III**

#### **PENYAJIAN DATA**

Pada bab tiga ini penulis menyajikan data yang diperoleh dari lapangan yaitu berupa jawaban dari setiap pertanyaan yang telah penulis berikan kepada responden sebanyak 64 eksemplar sesuai dengan jumlah responden, telah diisi dan dikembalikan sebanyak 64 eksemplar. Setiap angket memiliki 17 pertanyaan, dimana setiap pertanyaan berisi 5 option alternatif jawaban.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari penyajian data yang dijabarkan sebagai berikut:

**TABEL 3.1**  
**IDENTITAS RESPONDEN**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pria	36	56,3 %
Wanita	28	43,7 %
Jumlah	64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 36 orang responden atau 56,3% beridentitas Pria, sedangkan 28 orang responden atau 43,7% beridentitas Wanita. Jadi dapat disimpulkan identitas responden yang paling banyak adalah Pria berjumlah 36 orang atau 56,3% ini berarti sebagian responden beridentitas Pria.

### 3.1 Kepuasan Informasi

TABEL 3.2

DAPAT MENGETAHUI BERBAGAI PERISTIWA DAN KONDISI YANG BERKAITAN DENGAN LINGKUNGAN MASYARAKAT

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	15	23,4 %
B	Memuaskan	36	56,2 %
C	Tidak Tahu	12	18,7 %
D	Tidak Memuaskan	1	1,5 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	-	-
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 15 orang responden atau 23,4% menyatakan sangat memuaskan, 36 orang responden atau 56,2% menyatakan memuaskan, 12 orang responden atau 18,7% menyatakan tidak tahu, 1 orang responden atau 1,5% menyatakan tidak memuaskan sedangkan option sangat tidak memuaskan tidak mendapatkan jawaban. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang mengetahui berbagai informasi peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat melalui internet pada situs Detik.com adalah memuaskan dengan jumlah responden 36 orang atau 56,2%.

TABEL 3.3

**DAPAT MENGETAHUI BERBAGAI INFORMASI MENGENAI PERISTIWA  
DAN KONDISI YANG BERKAITAN DENGAN KEADAAN DUNIA**

<b>Option</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
A	Sangat Memuaskan	8	12,5 %
B	Memuaskan	16	25 %
C	Tidak Tahu	38	59,4 %
D	Tidak Memuaskan	2	3,1 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	-	-
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 8 orang responden atau 12,5% menyatakan sangat memuaskan, 16 orang responden atau 25% menyatakan memuaskan, 38 orang responden atau 59,4% menyatakan tidak tahu, 2 orang responden atau 3,1% menyatakan tidak memuaskan, sedangkan option sangat tidak memuaskan tidak mendapatkan jawaban. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak tahu dengan jumlah responden 38 orang atau 59,4%.

TABEL 3.4  
DAPAT MENCARI BIMBINGAN MENYANGKUT BERBAGAI MASALAH

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	1	1,5%
B	Memuaskan	18	28,1%
C	Tidak Tahu	25	39,1%
D	Tidak Memuaskan	19	29,7%
E	Sangat Tidak Memuaskan	1	1,5%
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 1 orang responden atau 1,5% menyatakan sangat memuaskan, 18 orang responden atau 28,1% menyatakan memuaskan, 25 orang responden atau 39,1% menyatakan tidak tahu, 19 orang responden atau 29,7% menyatakan tidak memuaskan, 1 orang responden atau 1,5% menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang informasi bimbingan menyangkut berbagai masalah melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak tahu dengan jumlah responden 25 orang atau 39,1%.

TABEL 3.5

DAPAT MENCARI BIMBINGAN MENYANGKUT BERBAGAI PENDAPAT

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	6	9,4 %
B	Memuaskan	18	28,1 %
C	Tidak Tahu	19	29,7 %
D	Tidak Memuaskan	20	31,2 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	1	1,5 %
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 6 orang responden atau 9,4% menyatakan sangat memuaskan, 18 orang responden atau 28,1% menyatakan memuaskan, 19 orang responden atau 29,7% menyatakan tidak tahu, 20 orang responden atau 31,2% menyatakan tidak memuaskan, 1 orang responden atau 1,5% menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang informasi mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak memuaskan dengan jumlah responden 20 orang atau 31,2%.

TABEL 3.6

DAPAT MEMPEROLEH RASA DAMAI MELALUI PENAMBAHAN  
PENGETAHUAN

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	3	4,7 %
B	Memuaskan	12	18,7 %
C	Tidak Tahu	16	25 %
D	Tidak Memuaskan	33	51,5 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	-	-
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 3 orang responden atau 4,7% menyatakan sangat memuaskan, 12 orang responden atau 18,7% menyatakan memuaskan, 16 orang responden atau 25% menyatakan tidak tahu, 33 orang responden atau 51,5% menyatakan tidak memuaskan sedangkan option sangat tidak memuaskan tidak mendapatkan jawaban. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang informasi memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak memuaskan dengan jumlah responden 33 orang atau 51,5%.

### 3.2 Kepuasan Identitas Pribadi

TABEL 3.7

DAPAT MENEMUKAN PENUNJANG NILAI-NILAI YANG BERKAITAN  
DENGAN PRIBADI MAHASISWA ITU SENDIRI

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	10	15,6 %
B	Memuaskan	24	37,5 %
C	Tidak Tahu	16	25 %
D	Tidak Memuaskan	14	21,8 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	-	-
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 10 orang responden atau 15,6% menyatakan sangat memuaskan, 24 orang responden atau 37,5% menyatakan memuaskan, 16 orang responden atau 25% menyatakan tidak tahu, 14 orang responden atau 21,8% menyatakan tidak memuaskan, sedangkan option sangat tidak memuaskan tidak mendapatkan jawaban. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang identitas menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa itu sendiri melalui internet pada situs Detik.com adalah memuaskan dengan jumlah responden 24 orang atau 37,5%.

TABEL 3.8  
DAPAT MENGIDENTIFIKASIKAN DIRI DENGAN NILAI - NILAI LAIN  
DALAM MEDIA

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	3	4,7 %
B	Memuaskan	20	31,2 %
C	Tidak Tahu	26	40,6 %
D	Tidak Memuaskan	15	23,4 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	-	-
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 3 orang responden atau 4,7% menyatakan sangat memuaskan, 20 orang responden atau 31,2% menyatakan memuaskan, 26 orang responden atau 40,6% menyatakan tidak tahu, 15 orang responden atau 23,4% menyatakan tidak memuaskan, sedangkan option sangat tidak memuaskan tidak mendapatkan jawaban. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak tahu dengan jumlah responden 26 orang atau 40,6%.



TABEL 3.9  
MEMPEROLEH NILAI LEBIH SEBAGAI MAHASISWA

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	4	6,2 %
B	Memuaskan	19	29,7 %
C	Tidak Tahu	28	43,7 %
D	Tidak Memuaskan	11	17,2 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	2	3,1 %
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 4 orang responden atau 6,2% menyatakan sangat memuaskan, 19 orang responden atau 29,7% menyatakan memuaskan, 28 orang responden atau 43,7% menyatakan tidak tahu, 11 orang responden atau 17,2% menyatakan tidak memuaskan, 2 orang responden atau 3,1% menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang identitas memperoleh nilai lebih sebagai mahasiswa melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak tahu dengan jumlah responden 28 orang atau 43,7%.

### 3.3 Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial

TABEL 3.10

MEMPEROLEH PENGETAHUAN YANG BERKENAAN DENGAN EMPATI  
SOSIAL

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	3	4,7 %
B	Memuaskan	37	57,8 %
C	Tidak Tahu	14	21,8 %
D	Tidak Memuaskan	6	9,4 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	4	6,2 %
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 3 orang responden atau 4,7% menyatakan sangat memuaskan, 37 orang responden atau 57,8% menyatakan memuaskan, 14 orang responden atau 21,8% menyatakan tidak tahu, 6 orang responden atau 9,4% menyatakan tidak memuaskan, 4 orang responden atau 6,2% menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial melalui internet pada situs Detik.com adalah memuaskan dengan jumlah responden 37 orang atau 57,8%.

TABEL 3.11

**DAPAT MENEMUKAN BAHAN PERCAKAPAN DAN INTERAKSI SOSIAL  
DENGAN ORANG LAIN DISEKITAR**

<b>Option</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
A	Sangat Memuaskan	12	18,7 %
B	Memuaskan	25	39,1 %
C	Tidak Tahu	23	35,9 %
D	Tidak Memuaskan	3	4,7 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	1	1,5 %
<b>Jumlah</b>		<b>64</b>	<b>100%</b>

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 12 orang responden atau 18,7% menyatakan sangat memuaskan, 25 orang responden atau 39,1% menyatakan memuaskan, 23 orang responden atau 35,9% menyatakan tidak tahu, 3 orang responden atau 4,7% menyatakan tidak memuaskan, 1 orang responden atau 1,5% menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang integritas menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitar melalui internet pada situs Detik.com adalah memuaskan dengan jumlah responden 25 orang atau 39,1%.

TABEL 3.12  
DAPAT MENJALANKAN PERAN SOSIAL SEBAGAI MAHASISWA

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	3	4,7 %
B	Memuaskan	20	31,2 %
C	Tidak Tahu	36	56,2 %
D	Tidak Memuaskan	4	6,2 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	1	1,5 %
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 3 orang responden atau 4,7% menyatakan sangat memuaskan, 20 orang responden atau 31,2% menyatakan memuaskan, 36 orang responden atau 56,2% menyatakan tidak tahu, 4 orang responden atau 6,2% menyatakan tidak memuaskan, 1 orang responden atau 1,5% menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang interaksi sosial menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak tahu dengan jumlah responden 36 orang atau 56,2%.

TABEL 3.13  
KEINGINAN UNTUK DEKAT DENGAN ORANG LAIN

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	2	3,1 %
B	Memuaskan	22	34,3 %
C	Tidak Tahu	29	45,3 %
D	Tidak Memuaskan	10	15,6 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	1	1,5 %
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 2 orang responden atau 3,1% menyatakan sangat memuaskan, 22 orang responden atau 34,3% menyatakan memuaskan, 29 orang responden atau 45,3% menyatakan tidak tahu, 10 orang responden atau 15,6% menyatakan tidak memuaskan, 1 orang responden atau 1,5% menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang keinginan untuk dekat dengan orang lain melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak tahu dengan jumlah responden 29 orang atau 45,3%.

TABEL 3.14  
KEINGINAN UNTUK DIHARGAI OLEH ORANG LAIN

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	-	-
B	Memuaskan	17	26,5 %
C	Tidak Tahu	21	32,8 %
D	Tidak Memuaskan	24	37,5 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	2	3,1 %
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 17 orang responden atau 26,5% menyatakan memuaskan, 21 orang responden atau 32,8% menyatakan tidak tahu, 24 orang responden atau 37,5% menyatakan tidak memuaskan, 2 orang responden atau 3,1% menyatakan sangat tidak memuaskan. Sedangkan option sangat memuaskan tidak mendapatkan jawaban. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang keinginan untuk dihargai oleh orang lain melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak memuaskan dengan jumlah responden 24 orang atau 37,5%.

### 3.4 Kepuasan Hiburan

TABEL 3.15

DAPAT MELEPASKAN DIRI DARI PERMASALAHAN

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	3	4,7 %
B	Memuaskan	29	45,3 %
C	Tidak Tahu	19	29,7 %
D	Tidak Memuaskan	10	15,6 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	3	4,7 %
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 3 orang responden atau 4,7% menyatakan sangat memuaskan, 29 orang responden atau 45,3% menyatakan memuaskan, 19 orang responden atau 29,7% menyatakan tidak tahu, 10 orang responden atau 15,6% menyatakan tidak memuaskan, 3 orang responden atau 4,7% menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang kepuasan melepaskan diri dari permasalahan melalui internet pada situs Detik.com adalah memuaskan dengan jumlah responden 29 orang atau 45,3%.

TABEL 3.16

## BISA BERSANTAI DAN MENGISI WAKTU LUANG

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	16	25 %
B	Memuaskan	17	26,5 %
C	Tidak Tahu	21	32,8 %
D	Tidak Memuaskan	9	14,1 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	1	1,5 %
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 16 orang responden atau 25% menyatakan sangat memuaskan, 17 orang responden atau 26,5% menyatakan memuaskan, 21 orang responden atau 32,8% menyatakan tidak tahu, 9 orang responden atau 14,1% menyatakan tidak memuaskan, 1 orang responden atau 1,5% menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang kepuasan bersantai dan mengisi waktu luang melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak tahu dengan jumlah responden 21 orang atau 32,8%.



TABEL 3.17  
BISA MENYALURKAN EMOSI

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	3	4,7 %
B	Memuaskan	18	28,1 %
C	Tidak Tahu	41	64,1 %
D	Tidak Memuaskan	12	18,7 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	-	-
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 3 orang responden atau 4,7% menyatakan sangat memuaskan, 18 orang responden atau 28,1% menyatakan memuaskan, 41 orang responden atau 64,1% menyatakan tidak tahu, 12 orang responden atau 18,7% menyatakan tidak memuaskan, sedangkan untuk option sangat tidak memuaskan tidak mendapatkan jawaban. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang kepuasan menyalurkan emosi melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak tahu dengan jumlah responden 41 orang atau 64,1%.

TABEL 3.18  
MENDAPATKAN HIBURAN DAN KESENANGAN

Option	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
A	Sangat Memuaskan	4	6,2 %
B	Memuaskan	24	37,5 %
C	Tidak Tahu	28	43,7 %
D	Tidak Memuaskan	7	10,9 %
E	Sangat Tidak Memuaskan	1	1,5 %
Jumlah		64	100%

Dari tabel diatas menunjukkan dari 64 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 4 orang responden atau 6,2% menyatakan sangat memuaskan, 24 orang responden atau 37,5% menyatakan memuaskan, 28 orang responden atau 43,7% menyatakan tidak tahu, 7 orang responden atau 10,9% menyatakan tidak memuaskan, 1 orang responden atau 1,5% menyatakan sangat tidak memuaskan. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tentang kepuasan mendapatkan hiburan dan kesenangan melalui internet pada situs Detik.com adalah tidak tahu dengan jumlah responden 28 orang atau 43,7%.

## **BAB IV**

### **ANALISA DATA**

Pada bab ini penulis menyajikan analisa terhadap data yang diperoleh dari angket yang telah disebarkan kepada responden. Setelah data terkumpul, maka penulis mengklafikasikan sesuai dengan permasalahan dengan menggunakan persentase dan tabel yang terdapat pada bab III.

Adapun tujuan diklafifikasinya untuk memudahkan menjawab permasalahan dalam penelitian ini sebagaimana terdapat pada bab I yakni untuk untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa jurusan Komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada situs Detik.com. Artinya besar kecilnya persentase rata-rata yang diperoleh menunjukkan kepuasan atau tidaknya mahasiswa dalam mengakses internet khususnya pada situs Detik.com.

Adapun untuk menjawab permasalahan tersebut, penulis mengklafikasikan angket sesuai dengan permasalahan. Dengan nomor angket 1, 2, 3, 4 dan 5 tentang Kepuasan Informasi. Nomor 6, 7, 8, tentang Kepuasan Identitas Pribadi. Nomor 9, 10, 11, 12, 13, tentang Integritas dan Interaksi Sosial. Nomor 14, 15, 16, 17 tentang Kepuasan Hiburan.

#### 4.1 Kepuasan Informasi

TABEL 3.19

REKAPITULASI ANGKET  
BERDASARKAN KEPUASAN INFORMASI

No	A		B		C		D		E	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
1	15	23,4 %	36	56,2 %	12	18,7 %	1	1,5 %	-	-
2	8	12,5 %	16	25 %	38	59,4 %	2	3,1 %	-	-
3	1	1,5 %	18	28,1 %	25	39,1%	19	29,7 %	1	1,5 %
4	6	9,4 %	18	28,1 %	19	29,7 %	20	31,2 %	1	1,5 %
5	3	4,7 %	12	18,7 %	16	25 %	33	51,5 %	-	-
Jumlah	33		100		110		75		2	

Dari alternatif jawaban tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai keseluruhannya adalah :

Alternatif jawaban A seluruhnya                      33 kali

Alternatif jawaban B seluruhnya                      100 kali

Alternatif jawaban C seluruhnya                      110 kali

Alternatif jawaban D seluruhnya 75 kali

Alternatif jawaban E seluruhnya 2 kali

Jadi jumlah nilai keseluruhannya 320 (N)

Untuk selanjutnya, jumlah pilihan setiap alternatif jawaban dikalikan dengan bobot masing-masing untuk mengetahui unsur N dan F, hasil sebagai berikut

Alternatif jawaban A seluruhnya  $33 \times 5 = 165$

Alternatif jawaban B seluruhnya  $100 \times 4 = 400$

Alternatif jawaban C seluruhnya  $110 \times 3 = 330$

Alternatif jawaban D seluruhnya  $75 \times 2 = 150$

Alternatif jawaban E seluruhnya  $2 \times 1 = 2$

1047 (F)

Setelah nilai N dan F nya diketahui, maka dimasukkan kedalam rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% ) : 5$$

( Harus dibagi 5 karena alternatif jawaban 5 option A,B,C,D,E).

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% ) : 5$$

$$P = \frac{1047 \times 100\%}{320} : 5$$

$$P = \frac{104700}{320} : 5$$

$$P = 327,2 : 5$$

$$P = 65,4 \%$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa *Kepuasan Informasi* untuk mahasiswa jurusan komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada situs Detik.com ***Cukup memuaskan*** dengan nilai 65,4%.

#### 4.2 Kepuasan Identitas Pribadi

TABEL 3.20

REKAPITULASI ANGKET  
BERDASARKAN KEPUASAN IDENTITAS PRIBADI

No	A		B		C		D		E	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
6	10	15,6 %	24	37,5 %	16	25 %	14	21,8 %	-	-
7	3	4,7 %	20	31,2 %	26	40,6 %	15	23,4 %	-	-
8	4	6,2 %	19	29,7 %	28	43,7 %	11	17,2 %	2	3,1 %
Jumlah	17		63		70		40		2	

Dari alternatif jawaban tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai keseluruhannya adalah :

Alternatif jawaban A seluruhnya	17 kali
Alternatif jawaban B seluruhnya	63 kali
Alternatif jawaban C seluruhnya	70 kali
Alternatif jawaban D seluruhnya	40 kali
<u>Alternatif jawaban E seluruhnya</u>	<u>2 kali</u>

Jadi jumlah seluruh frekuensinya adalah 192 (N)

Untuk selanjutnya, jumlah pilihan setiap alternatif jawaban dikalikan dengan bobot masing-masing untuk mengetahui unsur N dan F, hasil sebagai berikut :

Alternatif jawaban A	$17 \times 5 =$	85
Alternatif jawaban B	$63 \times 4 =$	252
Alternatif jawaban C	$70 \times 3 =$	210
Alternatif jawaban D	$40 \times 2 =$	80
<u>Alternatif jawaban E</u>	<u><math>2 \times 1 =</math></u>	<u>2</u>

629 (F)

Setelah nilai N dan F nya diketahui, maka dimasukkan kedalam rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% ) : 5$$

( Harus dibagi 5 karena alternatif jawaban 5 option A,B,C,D,E).

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% ) : 5$$

$$P = \frac{629}{192} \times 100\% ) : 5$$

$$P = \frac{62900}{192} : 5$$

$$P = 327,6 : 5$$

$$P = 65,5\%.$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa *Kepuasan Identitas Pribadi* untuk mahasiswa jurusan komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada situs Detik.com ***Cukup memuaskan*** dengan nilai 65,5%.



### 4.3 Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial

TABEL 3.21

## REKAPITULASI ANGKET BERDASARKAN INTEGRITAS DAN INTERAKSI SOSIAL

No	A		B		C		D		E	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
9	3	4,7 %	37	57,8 %	14	21,8 %	6	9,4 %	4	6,2 %
10	12	18,7 %	25	39,1 %	23	35,9 %	3	4,7 %	1	1,5 %
11	3	4,7 %	20	31,2 %	36	56,2 %	4	6,2%	1	1,5 %
12	2	3,1 %	22	34,3 %	29	45,3 %	10	15,6 %	1	1,5 %
13	-	-	17	26,5 %	21	32,8 %	24	37,5 %	2	3,1 %
Jumlah	20		121		123		47		9	

Dari alternatif jawaban tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai keseluruhannya adalah :

Alternatif jawaban A seluruhnya 20 kali

Alternatif jawaban B seluruhnya 121 kali

Alternatif jawaban C seluruhnya 123 kali

Alternatif jawaban D seluruhnya 47 kali

Alternatif jawaban E seluruhnya 9 kali

Jadi jumlah seluruh frekuensinya adalah 320 (N)

Untuk selanjutnya, jumlah pilihan setiap alternatif jawaban dikalikan dengan bobot masing-masing untuk mengetahui unsur N dan F, hasil sebagai berikut :

Alternatif jawaban A  $20 \times 5 = 100$

Alternatif jawaban B  $121 \times 4 = 484$

Alternatif jawaban C  $123 \times 3 = 369$

Alternatif jawaban D  $47 \times 2 = 94$

Alternatif jawaban E  $9 \times 1 = 9$

1056 (F)

Setelah nilai N dan F nya diketahui, maka dimasukkan kedalam rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% ) : 5$$

( Harus dibagi 5 karena alternatif jawaban 5 option A,B,C,D,E).

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% ) : 5$$

$$P = \frac{1056}{320} \times 100\% ) : 5$$

$$P = \frac{105600}{320} : 5$$

$$P = 330 : 5$$

$$P = 66 \%$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat *Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial* untuk mahasiswa jurusan komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada situs Detik.com *Cukup memuaskan* dengan nilai 66%.

#### 4.4 Kepuasan Hiburan

TABEL 3.22

REKAPITULASI ANGKET  
BERDASARKAN KEPUASAN HIBURAN

No	A		B		C		D		E	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
14	3	4,7 %	29	45,3 %	19	29,7 %	10	15,6 %	3	4,7 %
15	16	25 %	17	26,5 %	21	32,8 %	9	14,1 %	1	1,5 %
16	3	4,7 %	18	28,1 %	41	64,1 %	12	18,7 %	-	-
17	4	6,2 %	24	37,5 %	28	43,7 %	7	10,9 %	1	1,5 %
Jumlah	26		88		189		38		5	

Dari alternatif jawaban tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai keseluruhannya adalah :

Alternatif jawaban A seluruhnya	26 kali
Alternatif jawaban B seluruhnya	88 kali
Alternatif jawaban C seluruhnya	189 kali
Alternatif jawaban D seluruhnya	38 kali
<u>Alternatif jawaban E seluruhnya</u>	<u>5 kali</u>

Jadi jumlah seluruh frekuensinya adalah 346 (N)

Untuk selanjutnya, jumlah pilihan setiap alternatif jawaban dikalikan dengan bobot masing-masing untuk mengetahui unsur N dan F, hasil sebagai berikut :

Alternatif jawaban A	$26 \times 5 =$	130
Alternatif jawaban B	$88 \times 4 =$	352
Alternatif jawaban C	$189 \times 3 =$	567
Alternatif jawaban D	$38 \times 2 =$	76
<u>Alternatif jawaban E</u>	<u><math>5 \times 1 =</math></u>	<u>5</u>
		1130 (F)

Setelah nilai N dan F nya diketahui, maka dimasukkan kedalam rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% ) : 5$$

( Harus dibagi 5 karena alternatif jawaban 5 option A,B,C,D,E).

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% ) : 5$$

$$P = \frac{1130}{346} \times 100\% ) : 5$$

$$P = \frac{113000}{346} : 5$$

$$P = 326,5 : 5$$

$$P = 65,3 \%$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa *Kepuasan Hiburan* untuk mahasiswa jurusan komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses internet pada situs Detik.com *Cukup memuaskan* dengan nilai 65,3 %.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari penyajian data bab III dan hasil analisa pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Tingkat Kepuasan Mahasiswa Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau sebagai pengakses Internet pada situs Detik.com adalah **Cukup memuaskan**. Dengan hasil penelitian yaitu Kepuasan Informasi dengan nilai 65,4%, Kepuasan Identitas Pribadi dengan nilai 65,5%, Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial dengan nilai 66%, serta Kepuasan Hiburan dengan nilai 65,3%.

#### **5.1 Saran**

Setelah diketahui hasil dari suatu penelitian ini, selanjutnya peneliti memberi saran, adapun sarannya sebagai berikut :

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan kepada seluruh yang terkait khususnya media online mampu untuk memberikan informasi berita, pendidikan dan hiburan yang berkualitas sehingga dapat menarik minat para pengaksesnya terutama pelajar/mahasiswa.

2. Dengan adanya penelitian ini diharapkan media online khususnya situs Detik.com dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan penyajian informasi yang bermutu, baik dari segi berita, pendidikan, dan hiburan sehingga khalayak lebih tertarik lagi untuk mengakses informasi yang disajikan oleh media online tersebut.
3. Bagi mahasiswa khususnya Jurusan Komunikasi UIN Suska Riau agar selalu aktif dalam mengakses situs-situs media online dengan tujuan untuk menambah wawasan pengetahuan mahasiswa dalam kegiatan belajar di universitas serta menghindari kepasifan informasi-informasi terbaru yang terjadi di sekitar kehidupan kita.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, Siti, 2006, *Dampak Penggunaan Internet Terhadap Motivasi Belajar Siswa Man 2 Model Pekanbaru*, SKRIPSI UIN SUSKA RIAU.
- Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Buku Panduan Akademik UIN Suska Riau, 2002:1.
- Efendi, Onong Uchayana, 2001, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* , Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Hamalik, Oemar, 2001, *Proses belajar mengajar*, Jakarta: Bumi Aksara. 158-159.
- Ifajarwidi, 2009, *Perkembangan Teknologi Internet Di Indonesia*, [http://G/Sebuah tulisan dari budak media generasi III](http://G/Sebuah%20tulisan%20dari%20budak%20media%20generasi%20III), 08 Januari 2009.
- Kriyantono, Rachmat, S.Sos, M.Si, 2007, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Ed.1-Cet.2, Jakarta : Kencana.
- Nevers Media, 2008, *Panduan Praktis Berinternet Untuk Pemula*, Yogyakarta : PT. Jalasutra.
- Purwanto, M.Ngalim, Drs, 2002, *Psikologi Pendidikan*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Severin.Warner J & James W.Tankard,Jr, 2007, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode & Terapan di dalam Media Massa*, Edisi ke-5, Jakarta : Kencana.
- Sudjono, Anas, 1994, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, Prof.Dr, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung, Alfabeta.



***Situs yang dikunjungi :***

Irawan, 2003,"Kepuasan Kerja". [www.johnherf.wordpress.com](http://www.johnherf.wordpress.com).

Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas, posted:04 Mei 2010.

Yayan Sopyan, 2001, *Karakteristik Journalisme Online -Sebuah Pengenalan*, (<http://jonru.multiply.com>) Jumat, 04 Juli 2010.

[http://Techno Okezone.com](http://TechnoOkezone.com), posted:04 Mei 2010.

[http//Detik.com](http://Detik.com).

## DAFTAR TABEL

TABEL 2.1	Jumlah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi semester Ganjil Tahun Ajaran 2009/2010 .....	32
TABEL 3.1	Identitas Responden .....	37
TABEL 3.2	Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat.....	38
TABEL 3.3	Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia.....	39
TABEL 3.4	Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah .....	40
TABEL 3.5	Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat .....	41
TABEL 3.6	Dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan .....	42
TABEL 3.7	Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa itu sendiri.....	43
TABEL 3.8	Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media.....	44
TABEL 3.9	Memperoleh nilai lebih sebagai mahasiswa .....	45
TABEL 3.10	Memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial .....	46
TABEL 3.11	Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain disekitarnya .....	47
TABEL 3.12	Dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa .....	48
TABEL 3.13	Keinginan untuk dekat dengan orang lain .....	49
TABEL 3.14	Keinginan untuk dihargai dengan orang lain .....	50

TABEL 3.15	Dapat melepaskan diri dari permasalahan .....	51
TABEL 3.16	Bisa bersantai dan mengisi waktu luang.....	52
TABEL 3.17	Bisa menyalurkan emosi .....	53
TABEL 3.18	Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan .....	54
TABEL 3.19	Rekapitulasi angket berdasarkan kepuasan informasi .....	56
TABEL 3.20	Rekapitulasi angket berdasarkan kepuasan Identitas Pribadi .....	58
TABEL 3.21	Rekapitulasi angket berdasarkan kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial.....	61
TABEL 3.22	Rekapitulasi angket berdasarkan kepuasan hiburan.....	63

# ANGKET TENTANG TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA JURUSAN KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU SEBAGAI PENGAKSES INTERNET PADA SITUS DETIK.COM

## I. Petunjuk Pengisian Angket

- Angket ini hanya semata-mata bertujuan untuk penelitian ilmiah. Pengisian terhadap angket ini tidak berpengaruh apapun pada status atau kedudukan anda.
- Mohon mengisi angket ini dengan sebaik-baiknya dan secara jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya karena rahasia jawaban anda tetap terjamin.
- Pilihlah salah satu alternatif jawaban a, b, c, d, atau e.
- Beri tanda silang (X) pada alternatif jawaban yang anda pilih.
- Terima kasih atas kesediaannya mengisi dan mengembalikan angket ini.

## II. Identitas Responden

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Jurusan :  
Semester :

## III. Pertanyaan Untuk Responden

### 1. Apa yang anda peroleh setelah anda mengakses situs Detik.com?

- Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat.  
a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia.  
a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah.  
a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat.  
a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- Dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.  
a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa itu sendiri.  
a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media.  
a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- Memperoleh nilai lebih sebagai mahasiswa.  
a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- Memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial.  
a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM

- 10) Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya.  
 a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- 11) Dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa.  
 a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- 12) Keinginan untuk dekat dengan orang lain.  
 a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- 13) Keinginan untuk dihargai oleh orang lain.  
 a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- 14) Dapat melepaskan diri dari permasalahan.  
 a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- 15) Bisa bersantai dan mengisi waktu luang.  
 a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- 16) Bisa menyalurkan emosi.  
 a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM
- 17) Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan.  
 a. SM                      b. M                      c. TT                      d. TM                      e. STM

\*\*\* SM : Sangat Menyenangkan  
 S : Setuju  
 TT : Tidak Tahu  
 TM : Tidak Menyenangkan  
 STM : Sangat Tidak Menyenangkan

\*\*\*\*Terima kasih\*\*\*\*